ETH zürich



KOF Bulletin

Nr. 170, Februar 2023

KOF Konjunkturforschungsstelle

EDITORIAL

Liebe Leserinnen und Leser

Seit dem Angriff Russlands auf die Ukraine sind die Energiepreise und -sicherheit ins Zentrum der öffentlichen Debatte gerückt. Ein aktuelles Working Paper der KOF beschäftigt sich mit dem fiktiven Szenario, was ein sprunghafter Anstieg des Erdölpreises für Schweizer Firmen bedeuten würde und welche Branchen besonders betroffen wären. Obwohl die zugrunde liegende Unternehmensumfrage einige Zeit vor dem Krieg in der Ukraine durchgeführt wurde, entspricht dieses Szenario ziemlich genau der Entwicklung in den ersten Monaten nach der russischen Invasion, auch wenn sich der Ölpreis mittlerweile wieder in etwa auf dem Vorkriegsniveau eingependelt hat. Ein wichtiges Ergebnis der Studie: Die Unsicherheit und die höheren Kosten eines Ölpreisschocks wiegen am schwersten. Sie führen gemäss den befragten Managern und Managerinnen zu Umsatzverlusten und Preisanstiegen. Mehr dazu lesen Sie im ersten Beitrag.

Der zweite Beitrag beschäftigt sich – basierend auf den Ergebnissen der Innovationserhebung – mit dem Thema Internetsicherheit. Die Analyse zeigt, dass der Anteil an Unternehmen mit IT-Sicherheitstechnologien sowie mit Strategien und Verantwortlichen für die Cyber-Security über die Zeit stark angestiegen sind. Diese Entwicklung geht mit einer Abnahme des Anteils der Unternehmen mit Sicherheitsproblemen einher.

Die Schweizer Unternehmen verlangsamen 2023 ihr Investitionstempo. Gemäss den Ergebnissen der halbjährlichen KOF Investitionsumfrage dürfte sich das Investitionswachstum von nominal 5.3 Prozent im Vorjahr auf 3.9 Prozent in diesem Jahr abschwächen. Mehr dazu lesen Sie im dritten Beitrag.

Die Konjunkturumfragen vom Januar lassen nach einem trüben Herbst eine Trendwende erhoffen. Die Geschäftserwartungen der Schweizer Unternehmen bezüglich der kommenden Monate sind zuversichtlicher als bisher und die Unsicherheit über den weiteren Geschäftsverlauf nimmt leicht ab. Die Schweizer Wirtschaft startet mit neuer Zuversicht in das Jahr. Mehr dazu lesen Sie im vierten Beitrag.

Ich wünsche Ihnen eine gute Lektüre
Thomas Domjahn

KONJUNKTUR UND FORSCHUNG

Szenario Ölpreisschock – so würden Schweizer Managerinnen und Manager reagieren



Was würde ein sprunghafter Anstieg des Erdölpreises für Schweizer Firmen bedeuten? Über welche Wege überträgt sich ein solcher Schock konkret auf ihre Wirtschaftsaktivitäten? Und welche Branchen wären besonders betroffen? Eine Befragung der KOF zeigt: Die Unsicherheit und die höheren Kosten wiegen am schwersten. Sie führen gemäss den befragten Managern und Managerinnen zu Umsatzverlusten und Preisanstiegen.

Es kam genau so, wie es viele Beobachter befürchtet hatten: Als Russland am 24. Februar 2022 die Ukraine angriff, explodierte der Ölpreis. Die Kosten für ein Fass Rohöl der Sorte Brent stiegen innert weniger Tage von rund 93 Dollar auf über 130 Dollar – ein Plus von 40%. Schnell machte das Wort «Ölpreisschock» die Runde und Befürchtungen wurden laut, der rasante Preisanstieg werde die Inflation in den westlichen Ländern noch weiter anheizen und die Weltwirtschaft abkühlen.

Politiker und Politikerinnen sowie Ökonomen und Ökonominnen sahen sich an den ersten und gleichzeitig den schlimmsten Ölpreisschock der Geschichte erinnert. Als die arabischen Ölstaaten 1973 ihre Förderung drosselten und ein Embargo gegen westliche Staaten verhängten, die Israel im Yom-Kippur-Krieg unterstützten, vervierfachte sich der Ölpreis innert weniger Wochen. Die Industriestaaten schlitterten in eine tiefe Rezession mit hoher Inflation. Besonders stark getroffen wurde damals die Schweiz. Das Bruttoinlandprodukt schrumpfte um rund 7%, die Inflation stieg im Jahresmittel auf beinahe 10%.

Welche Folgen hätte ein Ölpreisschock für Schweizer Unternehmen?

Seit dieser ersten Ölpreiskrise vor fünfzig Jahren geht die Ökonomie der Frage nach, wie sich abrupte Anstiege von Energiepreisen auf die Volkswirtschaften auswirken. Sie gelten als geradezu klassische Beispiele für exogene Schocks, also für unvorhergesehene, massive Änderungen des Angebots oder der Nachfrage, die Marktteilnehmer nicht beeinflussen können. Die KOF legt nun in einem kürzlich veröffentlichten Working Paper mit dem Titel «What Do Firm Managers Tell Us About the Transmission Channels of Oil Price Shocks?» den Fokus auf die Ebene der Unternehmen. Das heisst: Die Studienautoren befragten CEOs und CFOs von 1000 Firmen, die repräsentativ für

die Schweizer Wirtschaft sind. Ein Ziel war, herauszufinden, welche Folgen die Manager und Managerinnen durch einen Ölpreisschock erwarten: Wie stark würde sich der Preisanstieg auf die Kosten, die Preise und den Umsatz ihres Unternehmens auswirken? Das Schock-Szenario, das dabei vorgegeben wurde: Der Ölpreis steigt, bei ansonsten unveränderter Wirtschaftslage, um 30% – und verharrt dann auch bei 30% über den bisherigen Preiserwartungen der befragten Manager und Managerinnen. Bemerkenswert: Obwohl die Umfrage deutlich vor dem Krieg in der Ukraine durchgeführt wurde, entspricht dieses Szenario ziemlich genau der Entwicklung in den ersten Monaten nach der russischen Invasion, auch wenn sich der Ölpreis mittlerweile wieder in etwa beim Vorkriegsniveau eingependelt hat.

Besonders interessierte die Autoren zweitens, wieso und über welche Wege – den sogenannten Transmissionskanälen – sich ein solcher Schock konkret auf die Wirtschaftsaktivitäten der Firmen überträgt. Und drittens wollten sie wissen, welche Branchen in der Schweiz aus welchen Gründen unterschiedlich stark von einem Ölpreisschock betroffen sind.

Die Ergebnisse:

1. Kosten-, Preis- und Umsatz-Erwartungen

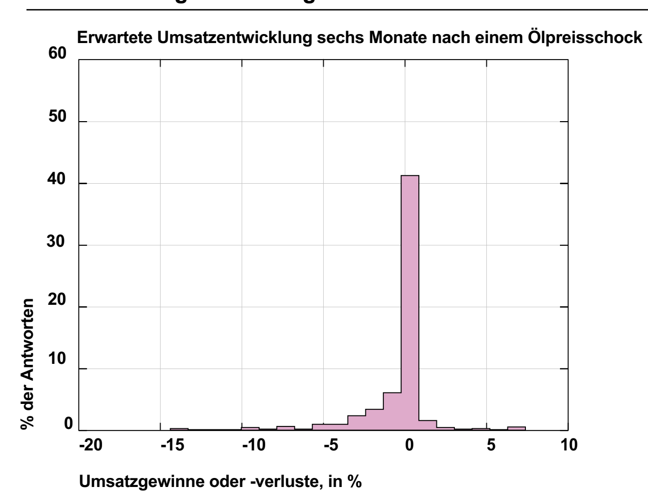
Die meisten Manager und Managerinnen gehen davon aus, dass sich ein Ölpreisschock von 30% nur beschränkt auf ihre Kosten, die Einkaufs- und Verkaufspreise sowie auf den Umsatz ihres Unternehmens auswirken wird. Bei allen Firmen zusammengefasst, wird zum Beispiel nur ein moderater Anstieg der Einkaufspreise von 1.2% in den kommenden sechs Monaten (1.5% in 18 Monaten) erwartet (siehe Grafik G 1). Der Gesamtaufwand steigt bei den Firmen laut der Umfrage um 0.7% in sechs Monaten (0.9% in 18 Monaten). Diese Verteuerungen würden sich in der Schweiz zudem nur zum Teil in höhere Produzentenpreise umsetzen: Die Manager und Managerinnen erwarten, dass die inländischen Preise um etwa 0.5% (0.6%) steigen würden.

Diese Durchschnittswerte geben allerdings nur einen Teil der Realität wieder, was der heterogenen Zusammensetzung der Schweizer Wirtschaft geschuldet ist. Ein signifikanter Teil der Manager und Managerinnen befürchtet nämlich deutliche Kostensteigerungen und Preiserhöhungen von 5% und mehr. Ein ähnlich heterogenes Bild zeigt sich denn auch bei den Umsatzentwicklungen. Über alle Unternehmen gesehen, wird ein Umsatzrückgang von nur 0.4% in sechs Monaten (0.6% in 18 Monaten) erwartet. Ein signifikanter Teil der Firmen (ca. 8%) geht allerdings von Verlusten von 5% und mehr aus.

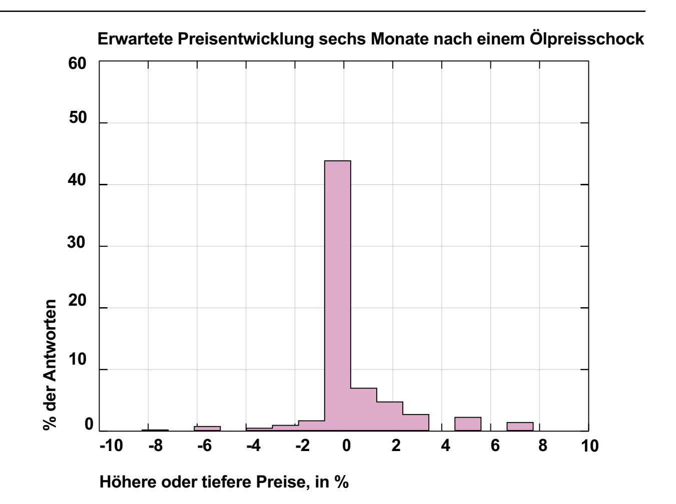
2. Die Transmissionskanäle

Drei Transmissionskanäle, die in der theoretischen Literatur häufig genannt werden, konnte die KOF-Studie mit ihrer repräsentativen Umfrage empirisch überprüfen, zum Teil zum ersten Mal überhaupt: Die Auswirkungen vom Erdölanteil an der Produktion, vom Grad der Marktmacht und vom Ausmass der Unsicherheit über die künftige Entwicklung (siehe Grafik G 2).

G 1: Verteilung der Umfrageantworten auf Unternehmensebene



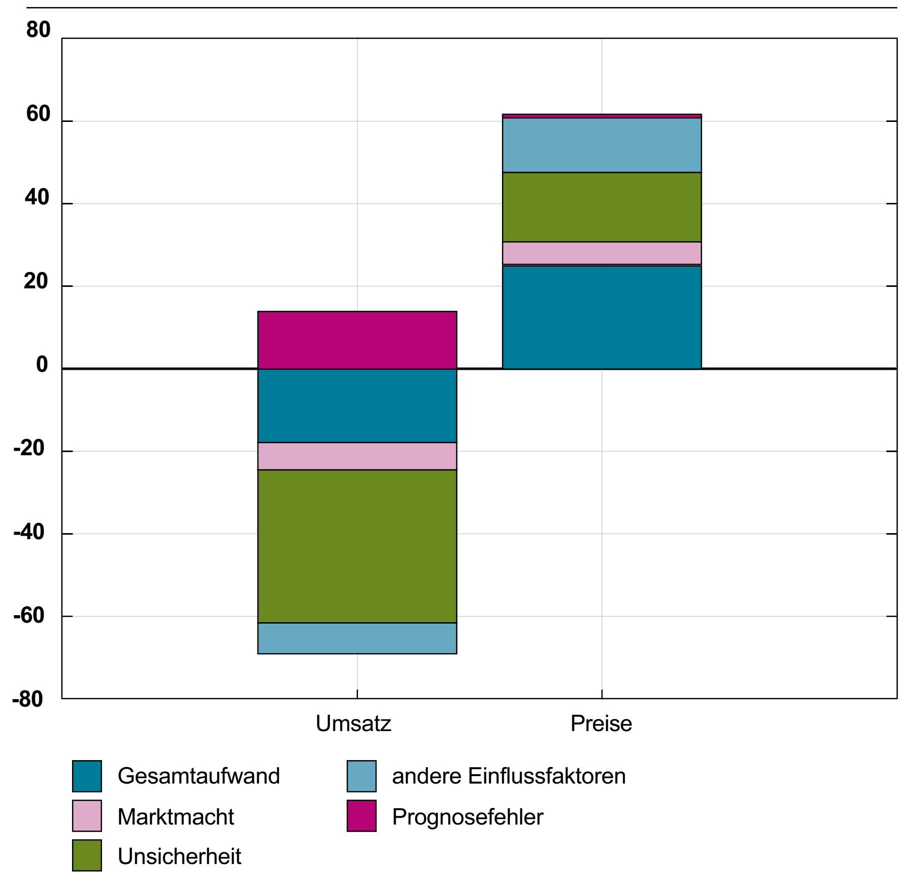
Lesebeispiel: Rund 40% (y-Achse) der befragten Unternehmen erwarten praktisch keine Veränderungen beim Umsatz (x-Achse, ein bisschen mehr als null).



Lesebeispiel: Rund 45% der befragten Unternehmen erwarten nur geringe Auswirkungen auf den Preis (x-Achse, ein bisschen weniger als null).

G 2: Einfluss der verschiedenen Transmissionskanäle





Bei der erwarteten Umsatzentwicklung hat die Unsicherheit (grün) mit Abstand den grössten Einfluss auf die Auswirkungen eines Ölpreisschocks. Bei der Preisentwicklung spielen die höheren Gesamtausgaben die wichtigste Rolle.

Erdölanteil an der Produktion: Steigende Ölpreise erhöhen theoretisch die Produktionskosten und – wenn sie überwälzt werden – die Produzentenpreise. Beides wirkt sich dämpfend auf die Wirtschaftstätigkeit aus. Die KOF-Studie konnte diese Annahme nun empirisch klar bestätigen. Firmen, die für ihre Geschäftstätigkeit verhältnismässig mehr Erdöl brauchen, also plötzlich höhere Kosten haben, erwarten tatsächlich höhere Umsatzverluste und Preisanstiege.

Marktmacht: Theoretische Modelle gehen davon aus, dass sich ein Ölpreisschock je nach Marktmacht einer Firma unterschiedlich auf ihre Preise und ihre Umsatzzahlen auswirkt. Dieser Zusammenhang wurde indes bis heute empirisch nie bestätigt oder widerlegt. Der KOF-Studie gelingt es jetzt zu zeigen, dass Firmen mit vergleichsweise hohen Margen (was für ihre Marktmacht spricht) wirklich mit stark steigenden Preisen bei stark sinkenden Umsätzen rechnen. Sie könnten dank ihrer Marktmacht die höheren Kosten auf ihre Kunden und Kundinnen überwälzen. Firmen mit tieferen Margen (und dementsprechend weniger Marktmacht) können sich das dagegen nicht erlauben. Firmen, die einer harten Konkurrenz ausgesetzt sind, denken sogar daran, trotz höherer Kosten ihre Preise zu senken, um einen drohenden Abschwung bei der Nachfrage zu bremsen.

Unsicherheit: In der Literatur geht man davon aus, dass die Unsicherheit über die künftige Entwicklung die negativen Auswirkungen von exogenen Schocks auf die Wirtschaft noch verstärken kann, zum Beispiel dadurch, dass weniger investiert wird. Auch diese Theorie hat die KOF-Studie nun bestätigt: Firmenmanager und Firmenmanagerinnen, die vergleichsweise unsicher bezüglich ihrer Geschäftsaussichten sind, erwarten höhere Umsatzverluste wegen des Ölpreisschocks.

3. Wie die Branchen betroffen sind
Die KOF-Umfrage zeigt, dass sich die verschiedenen Branchen sehr unterschiedlich von einem Ölpreisschock betroffen sehen. Der *Erdölanteil an der Produktion* spielt eine grössere Rolle für die Transport- und Logistikbranche sowie die chemische und pharmazeutische Industrie, weil deren Energiebedarf relativ hoch ist. Dagegen ist er praktisch irrelevant für die Finanzindustrie.

Die *höheren Preise* dagegen, die zu einer sinkenden Nachfrage führen, wirken sich stärker auf die Tourismus- und die Computer-/Unterhaltungselektronik aus (sowie ein bisschen weniger stark auch auf die Maschinen- und Automobilindustrie sowie auf die Telekommunikation). Diese Branchen bieten Dienstleistungen und Güter an, deren Nachfrage elastisch auf Veränderungen beim verfügbaren Einkommen reagiert. Einfach ausgedrückt: Wenn das Geld wegen höherer Ölpreise knapper wird, spart man schnell mal bei den Ferien oder beim Kauf eines neuen Geräts.

Eine relativ hohe *Marktmacht* hat die Schweizer Nahrungsmittelindustrie. Denn sie ist zum einen durch protektionistische Massnahmen zum Teil von den Weltmärkten etwas abgeschottet. Zum anderen reagiert die Nachfrage verhältnismässig unelastisch auf Preisänderungen, denn bei der Nahrung kann man schlicht schlechter sparen als an anderen Orten. Gar keine Marktmacht haben dagegen die Maschinen- und Automobilindustrie sowie die Tourismusbranche. Sie sind einem harten globalen Konkurrenzkampf ausgesetzt. Die *Unsicherheit* betrifft vor allem die Tourismusbranche, weil ihre Angebote kurzfristig storniert, ihre Investitionen aber nicht schnell geändert werden können.

Unsicherheit ist Gift
Die Studienautoren haben die einzelnen Umfragedaten schliesslich auf die gesamtwirtschaftliche Ebene aggregiert, um den Beitrag jedes einzelnen Transmissionskanals zu den erwarteten Auswirkungen des Ölpreisschocks zu bestimmen. Sie errechneten, dass über die ganze Wirtschaft gesehen, die *Unsicherheit* die wichtigste Rolle für den *Umsatzrückgang* spielt. Mit ihr kann rund die Hälfte des Rückgangs erklärt werden. Ein höherer *Erdölanteil* ist dagegen am stärksten für die *Preissteigerungen* verantwortlich, die als Reaktion auf den Schock erwartet werden. Sie können etwa 40 % des Anstiegs erklären.

Das KOF Working Paper zeigt so zum ersten Mal empirisch auf, welche Transmissionskanäle auf der Ebene der Firmen eine bedeutende Rolle spielen und leistet damit einen wichtigen Beitrag zur Forschung über die Auswirkungen von Ölpreisschocks.

Das Working Paper von Dirk Drechsel, Heiner Mikosch, Samad Sarferaz und Matthias Bannert mit dem Titel «What Do Firm Managers Tell Us About the Transmission Channels of Oil Price Shocks?» finden Sie hier:
https://doi.org/10.3929/ethz-b-000584846

«Lasst uns die Firmen direkt befragen»



Samad Sarferaz, Leiter des Forschungsbereich «Data Science und Makroökonomische Methoden», ordnet die Studie im Interview ein.

Sie sitzen am Bartresen und werden aufgefordert, Ihr Working Paper in fünf Sätzen zusammenzufassen. Was sagen Sie?
Ich würde mich verrennen (lacht). Ein Versuch: Wir haben 1000 Schweizer Firmen gefragt, wie sie auf einzelne unvorhergesehene Szenarien reagieren würden. In diesem Fall: auf einen Ölpreisschock. Im Grossen und Ganzen gehen die meisten Geschäftsführer und Finanzvorstände davon aus, dass er sich nur wenig auf ihre Kosten, die Einkaufs- und Verkaufspreise oder auf ihren Umsatz auswirken würde. Allerdings – und das ist spannend – ist

die Heterogenität in der Schweiz gross: Es gibt Firmen, die stark reagierten, andere hingegen kaum. Darüber hinaus haben wir herausgefunden, dass das Wettbewerbsumfeld, die Unsicherheit und der Anteil des Öls an der Produktion der Unternehmen eine wichtige Rolle bei ihrer Reaktion auf einen Ölpreisschock spielen.

Die Methode des Umfrageexperiments kennt man aus den Sozialwissenschaften, weniger aus der Ökonomie. Warum entschieden Sie sich trotzdem dafür, Manager und Managerinnen mit einem fiktiven Schockszenario zu konfrontieren?
Um Kausaleffekte in der Makroökonomie zu erfassen, wird klassischerweise die Zeitreihenanalyse angewendet. Dabei werden Daten wie Zinsen, Inflation und Wirtschaftswachstum über einen bestimmten Zeitraum hinweg untersucht. Man sucht nach Mustern. Diese Muster werden dann verwendet, um die Auswirkungen von makroökonomischen Schocks zu erklären. Allerdings erfordert diese Vorgehensweise oft, starke Annahmen zu treffen. Diese Annahmen können unsere Ergebnisse so stark beeinflussen, bis sie ungenau werden. Dazu kommt: Im Aggregat, also dem zusammenfassenden Überblick, wird meist ein grosser Teil der spannenden Variationen auf Firmen- bzw. Industrieebene verdeckt. In unserem Fall hätten wir zum Beispiel bloss moderate Effekte eines Ölpreisschocks auf Unternehmen gesehen – nicht besonders informativ. Interessant wird es doch erst, wenn wir erfahren, welche Unternehmen wie betroffen sind. Dafür mussten wir auf Firmenebene runtergehen.

Makroökonomische Schocks treten in der Realität nicht isoliert, sondern oft gleichzeitig auf. In den Befragungen – es waren mehrere – nahmen Sie sich jeweils nur einen Schock vor. Ein weiterer Vorteil der Methode?
Absolut. Gleichzeitig auftretende Schocks sind im Aggregat schwierig zu identifizieren. Es kann etwa sein, dass plötzlich ein Krieg ausbricht und der Ölpreis unerwartet ansteigt, die Regierung Pakete schnürt oder die Schweizerische Nationalbank überraschende geldpolitische Entscheide trifft. Diese Entwicklungen in der Zeitreihe auseinanderzuhalten, ist schwierig. Wir sagten uns also: «Lasst uns die Unternehmen doch einfach fragen, wie sie auf die einzelnen Szenarien reagieren würden!» Und daraus leiteten wir dann die aggregierten Effekte ab. 2012 starteten wir mit dem Ölpreisschock. Damals waren wir mit die ersten, die auf diese Idee kamen. Heute wächst dieser Bereich in der Ökonomie stark.

Wie wurden die Firmen ausgewählt?
Sie stammen alle aus unserem umfangreichen Adresspool. Die KOF führt schon lange regelmässig Konjunkturumfragen durch und erhält so einzigartige Einschätzungen zur Wirtschaftslage. Der Vorteil: Alle Firmen kennen uns und kooperieren gerne.

Welchen Nutzen ziehen Entscheider und Entscheiderinnen jetzt aus dem Paper?
Der Politik helfen unsere Ergebnisse, ein besseres Verständnis der einzelnen Branchen zu gewinnen. So ist sie auf kommende Schocks besser vorbereitet. Dies ermöglicht dann fundierte und schnellere Entscheide.

Zu den Ergebnissen: Was hat Sie überrascht?
Wir sind Zeitreihenökonometriker – natürlich haben wir parallel auch die altbewährte Methode angewendet. Was uns wirklich sehr überrascht hat: Als wir die Antworten der Firmen auf das grosse Ganze aggregierten, erhielten wir bei beiden Methoden beinahe identische Ergebnisse. Firmen sehen also weit mehr als nur ihr eigenes Business. Sie haben die Ökonomie gut im Blick, verstehen die grossen Zusammenhänge, beziehen Rahmenbedingungen und Veränderungen realistisch in Ihre Überlegungen mit ein.

Ansprechpartner
Samad Sarferaz | sarferaz@kof.ethz.ch
Heiner Mikosch | mikosch@kof.ethz.ch

Schweizer Unternehmen investieren mehr in Cyber-Security

Die Anteile der Unternehmen mit verschiedenen IT-Sicherheitstechnologien sowie mit Strategien und Verantwortlichen für die Cyber-Security sind über die Zeit stark angestiegen. Diese Entwicklung geht mit einer Abnahme des Anteils der Unternehmen mit Sicherheitsproblemen einher. Der zunehmende Schutz der digitalen Infrastrukturen zahlt sich also möglicherweise durch weniger Cyber-Angriffe aus.

Die zunehmende Digitalisierung vieler Unternehmensbereiche macht die Unternehmen immer anfälliger für Cyber-Angriffe. Um ihre digitale Infrastruktur zu schützen, investieren Unternehmen in verschiedene Typen von Sicherheitstechnologien. In den letzten 16 Jahren hat die Verbreitung dieser Technologien stark zugenommen (Grafik G 3). Die externe Datensicherung beispielsweise hat von knapp 60% zu Beginn der Beobachtungsperiode auf 90% zugenommen. Ähnlich verhält es sich mit den anderen in Grafik 3 dargestellten Sicherheitstechnologien, deren Verbreitung teils über 20 Prozentpunkte zugenommen hat. Interessant ist die starke Zunahme bei der Verwendung von IDS (Intrusion Detection Software), welche durch das automatische Überwachen des Datenverkehrs ungewöhnliche, sicherheitsgefährdende Ereignisse erkennen, analysieren und melden kann, so dass die Unternehmen möglichst rasch Gegenmassnahmen ergreifen können. Der Anteil der Unternehmen, die IDS einsetzen, hat von 10% im Jahr 2014 auf über 30% im Jahr 2020 zugenommen.

Vor allem grosse Unternehmen verfügen über eine ausformulierte Sicherheitsstrategie

Viele Unternehmen verfolgen eine explizit formulierte Sicherheitsstrategie (Grafik G 4). Knapp 80% aller grossen Unternehmen verfügen über eine solche Strategie. Bei den mittleren Unternehmen sind es immer noch etwa 60%. Die kleinen Unternehmen hingegen fallen gegenüber den grösseren Unternehmen mit nur noch 30% etwas ab. Das gleiche Bild sehen wir bei den Unternehmen, welche einen Cyber-Security-Verantwortlichen beschäftigen (Grafik G 5). Die grossen, mittleren und kleinen Unternehmen zeigen jeweils sehr ähnliche Anteile wie bei der explizit formulierten Sicherheitsstrategie. Die Anteile der Unternehmen mit Cyber-Security-Verantwortlichen sind jedoch über die Zeit in allen Kategorien stark angestiegen.

Über 40% der Unternehmen verfügen über eine Versicherung gegen IT-Sicherheitsvorfälle

Viele Unternehmen reduzieren das Risiko, aufgrund von IT-Sicherheitsvorfällen erhebliche Einkommenseinbussen zu erleiden, mit Versicherungen. Der Anteil der Unternehmen mit solchen Versicherungen hat in den letzten zwei Jahren ebenfalls zugenommen (Grafik G 6). In der Gesamtwirtschaft hatten 2020 über 40% der Unternehmen eine Versicherung gegen IT-Sicherheitsvorfälle. Die Verbreitung der Versicherungen unterscheidet sich im Gegensatz zu den Sicherheitsstrategien und den Cyber-Security-Verantwortlichen nicht besonders nach Sektoren und Grössenklassen. Die Anteile stehen bei allen Kategorien bei ca. 40%. Einzig die mittleren Unternehmen verfügen mit knapp 60% deutlich häufiger über Versicherungen gegen IT-Sicherheitsvorfälle.

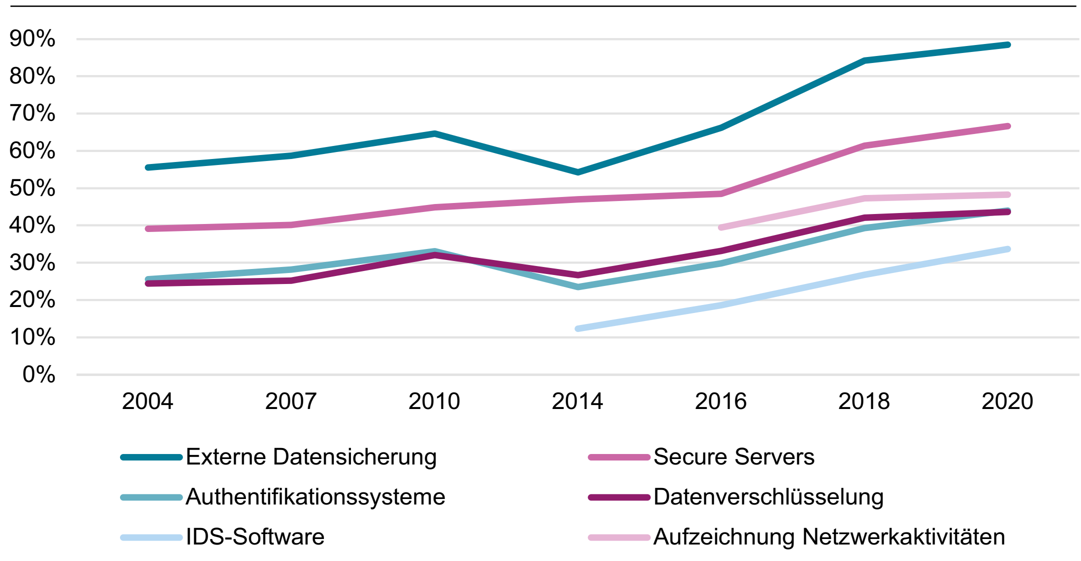
Rückläufiger Anteil von Unternehmen mit Sicherheitsproblemen

Trotz der umfangreichen Massnahmen, welche Unternehmen für ihre IT-Sicherheit einsetzen, kommt es immer noch zu vielen Sicherheitsproblemen. In der Periode von 2019 bis 2020 meldete in der Gesamtwirtschaft nahezu jedes fünfte Unternehmen ein Sicherheitsproblem (Grafik G 7). Insbesondere die grossen Unternehmen waren mit knapp 50% stark betroffen. Als Sicherheitsprobleme gelten Viren, Trojaner oder ein nicht autorisierter Zugang zu Computersystemen oder Daten. Im Zeitverlauf haben die Sicherheitsprobleme seit der Periode von 2015 bis 2016 über alle Grössenklassen hinweg abgenommen. In der Gesamtwirtschaft beispielsweise von knapp 40% auf 20%. Es scheint somit einen Zusammenhang zwischen der zunehmenden Verbreitung von Sicherheitstechnologien, Sicherheitsstrategien und Cyber-Security-Verantwortlichen auf der einen Seite und der abnehmenden Anzahl von Fällen von Sicherheitsproblemen auf der anderen Seite zu geben. Die vermehrten Investitionen in die Cyber-Security der Unternehmen manifestieren sich in einem steten Rückgang von Problemmeldungen.

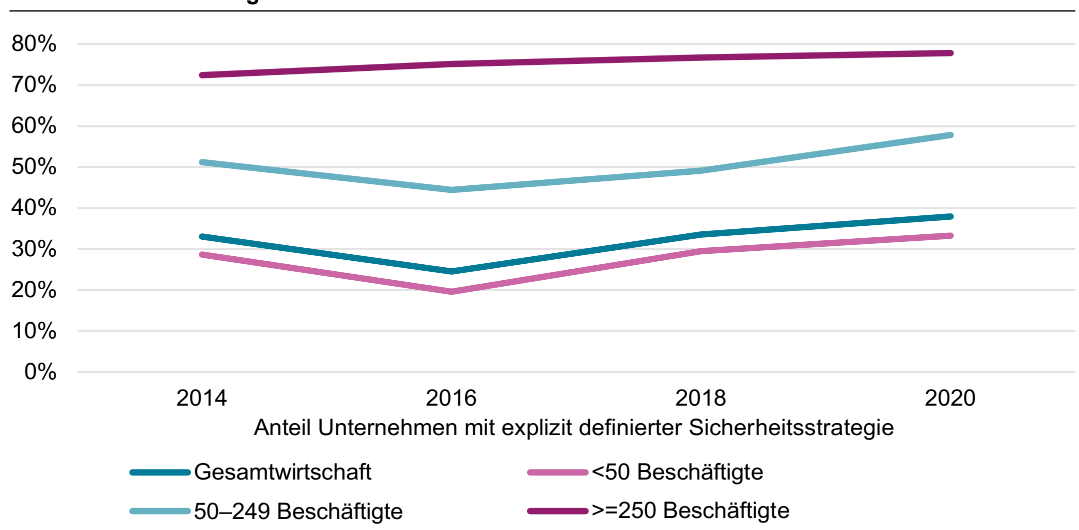
Aufwand zur Schadensbehebung nimmt zu

Falls es jedoch zu Sicherheitsproblemen kommt, dann scheinen die Unternehmen über die Zeit eher stärker darunter zu leiden. In der Gesamtwirtschaft meldeten

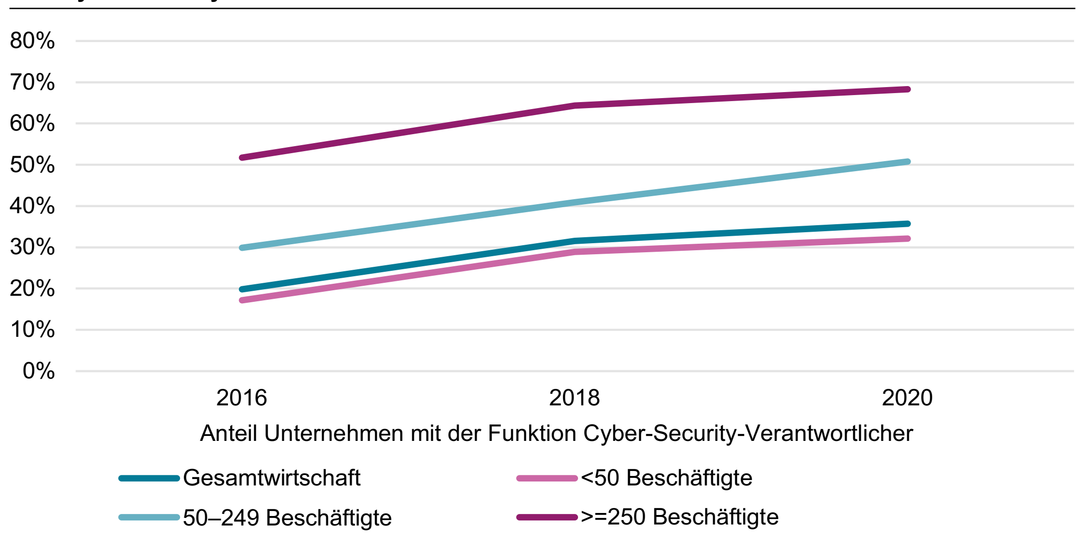
G 3: Verbreitung von Sicherheitstechnologien



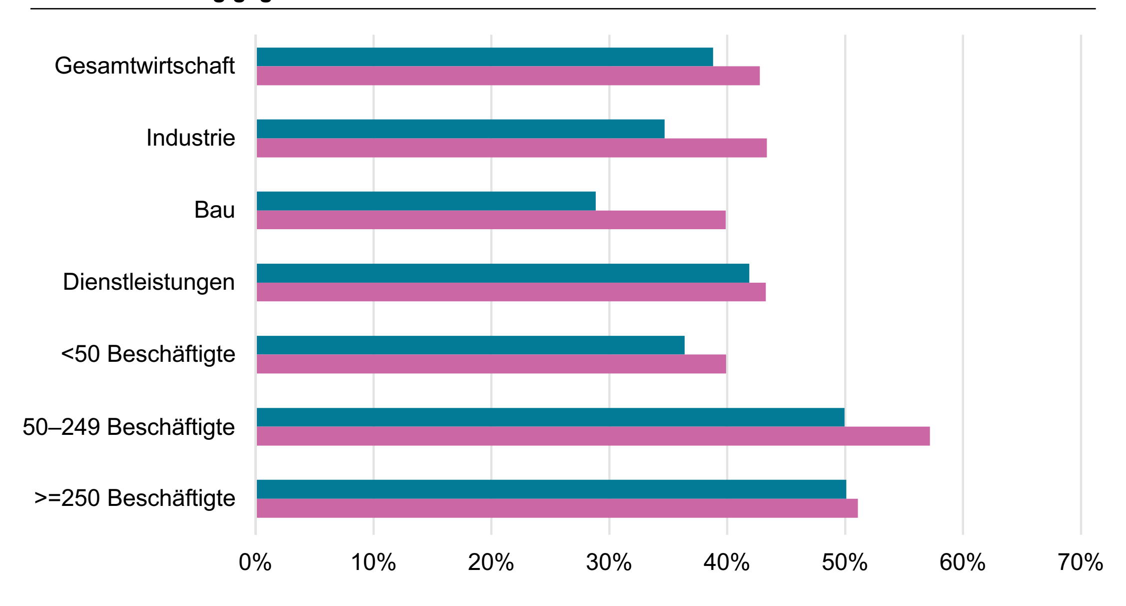
G 4: Sicherheitsstrategie



G 5: Cyber-Security-Verantwortliche



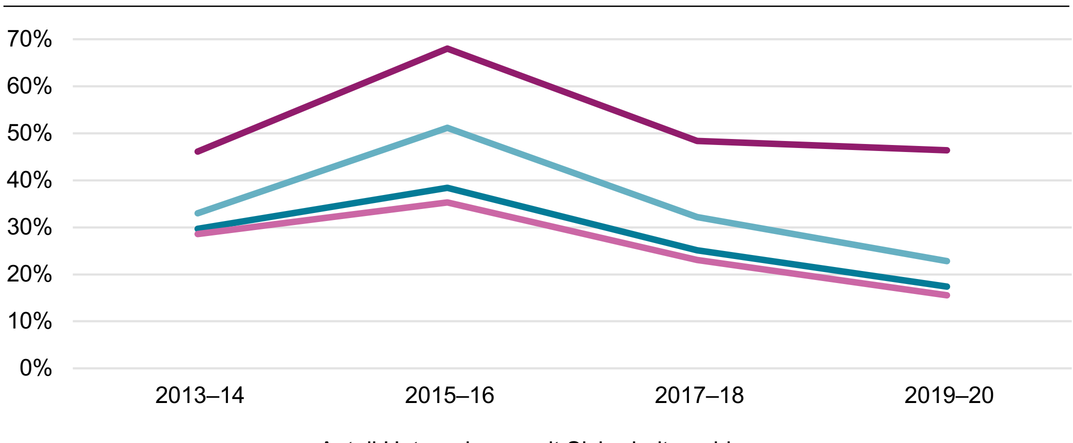
G 6: Versicherung gegen IT-Sicherheitsvorfälle



Anteil Unternehmen mit Versicherung für IT-Sicherheitsvorfälle

2018 2020

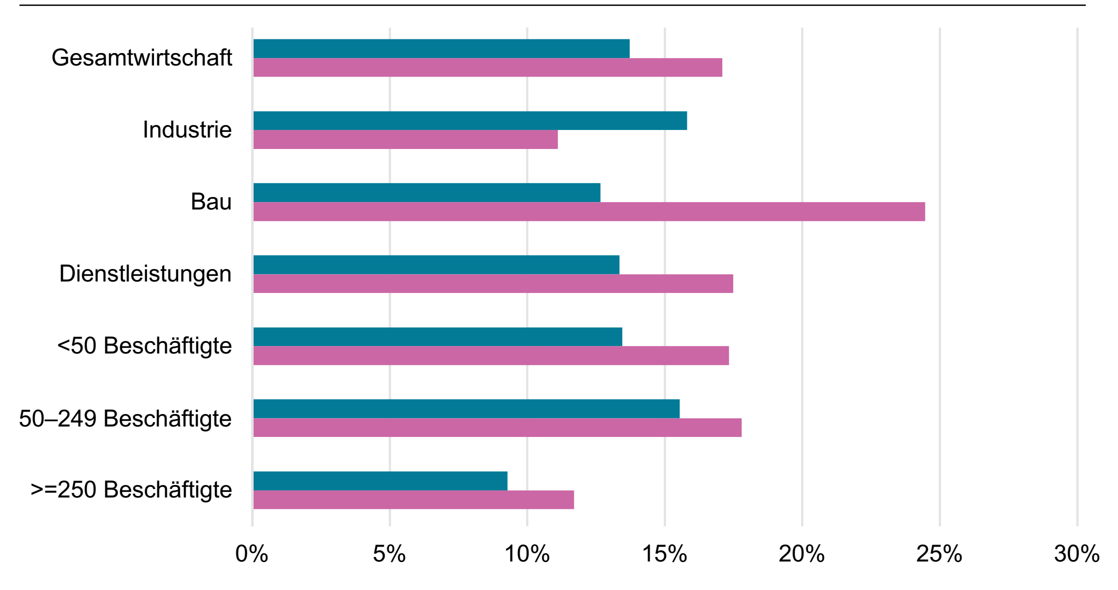
G 7: Sicherheitsprobleme



Anteil Unternehmen mit Sicherheitsproblemen



G 8: Aufwand für die Schadensbehebung



2019–2020 ca. 16% der Unternehmen nach einem Sicherheitsproblem einen mittleren bis hohen Aufwand zur Schadensbehebung (siehe Grafik G 8). Dieser Anteil hat seit der letzten Periode von 2017 bis 2018 zugenommen. Mit Ausnahme der Industrie sieht man in allen Kategorien eine Zunahme des Aufwandes zur Schadensbehebung nach Sicherheitsproblemen. In der Periode von 2019 bis 2020 bewegen sich die Anteile überall um die 15%. Einzig im Bau ist der Anteil der Unternehmen mit mittlerem bis hohem Aufwand mit 25% deutlich höher. Während die Anzahl der Sicherheitsprobleme über die Zeit deutlich abgenommen hat, nahmen die ökonomischen Schäden im Falle eines Sicherheitsproblems zu. Einem Ausbau des Schutzes der digitalen Infrastruktur ist also weiterhin eine hohe Wichtigkeit einzuräumen.

Die Studie «Innovation und Digitalisierung in der Schweizer Privatwirtschaft – Ergebnisse der Innovationserhebung 2020», auf der dieser Artikel beruht, finden Sie hier:
https://www.research-collection.ethz.ch/handle/20.500.11850/583885

Ansprechpartner
Andrin Spescha | spescha@kof.ethz.ch
Martin Wörter | woerter@kof.ethz.ch

Finanzielle Engpässe bremsen das Investitionswachstum

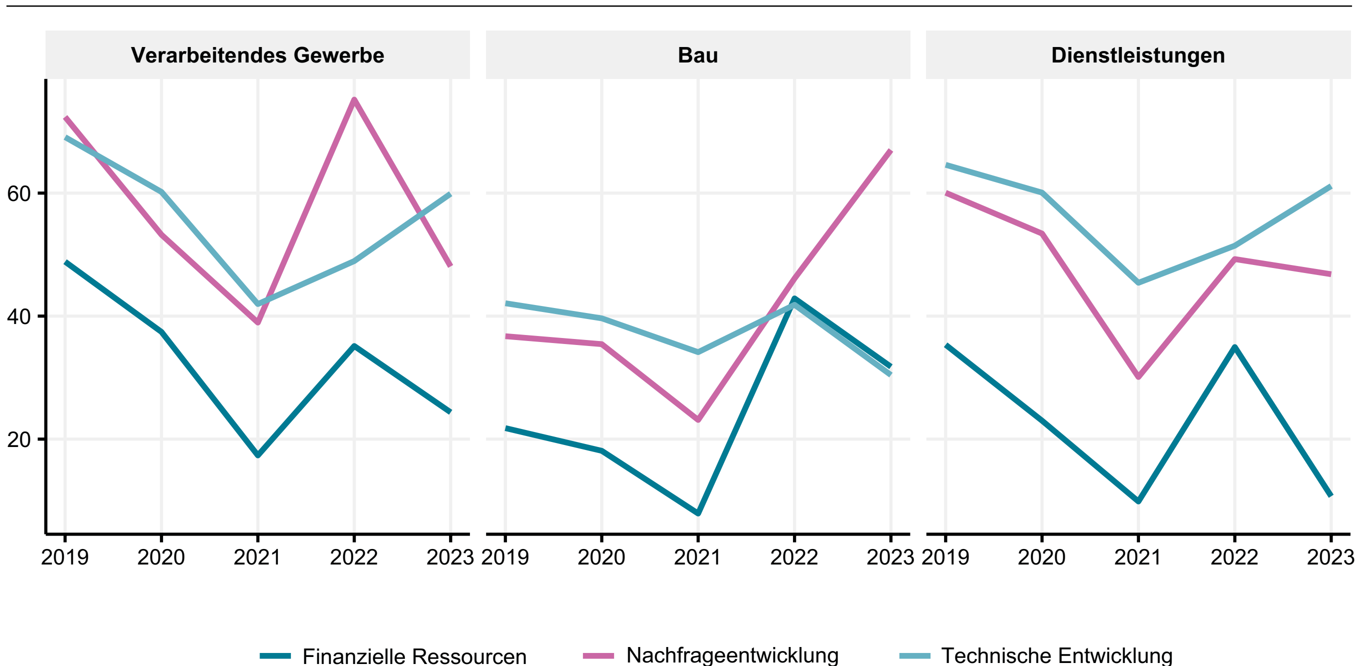
Die Schweizer Unternehmen wollen 2023 ihr Investitionstempo zwar drosseln, die Verlangsamung deutet aber nicht auf eine Rezession hin. Gemäss den Ergebnissen der halbjährlichen KOF Investitionsumfrage dürfte sich das Investitionswachstum von nominal 5.3% im Vorjahr auf 3.9% im laufenden Jahr abschwächen. Dabei wirken sich vor allem finanzielle Engpässe dämpfend auf die Investitionserwartungen aus.

Die Bruttoanlageinvestitionen sollen in diesem Jahr erneut zunehmen, der Zuwachs dürfte aber geringer ausfallen als im Vorjahr. Dies zeigen die Ergebnisse der aktuellen KOF Investitionsumfrage vom Herbst 2022. Demnach erwarten die Umfrageteilnehmenden, dass ihre Anlageinvestitionen im Jahr 2023 um nominal 3.9% zunehmen werden. Für das vergangene Jahr weisen die Umfrageergebnisse noch eine Wachstumserwartung von 5.3% aus. Dass sich das Investitionswachstums im laufenden Jahr abschwächen dürfte, ist angesichts der Energiekrise und steigender Zinsen nicht überraschend. Erstaunlich ist vielmehr die Resilienz der Investitionen gegenüber der eingetrübten Wirtschaftslage. Die Investitionserwartungen für das laufende Jahr zeigen keine rezessiven Tendenzen, was im Einklang mit der KOF Konjunkturprognose vom Dezember 2022 steht.

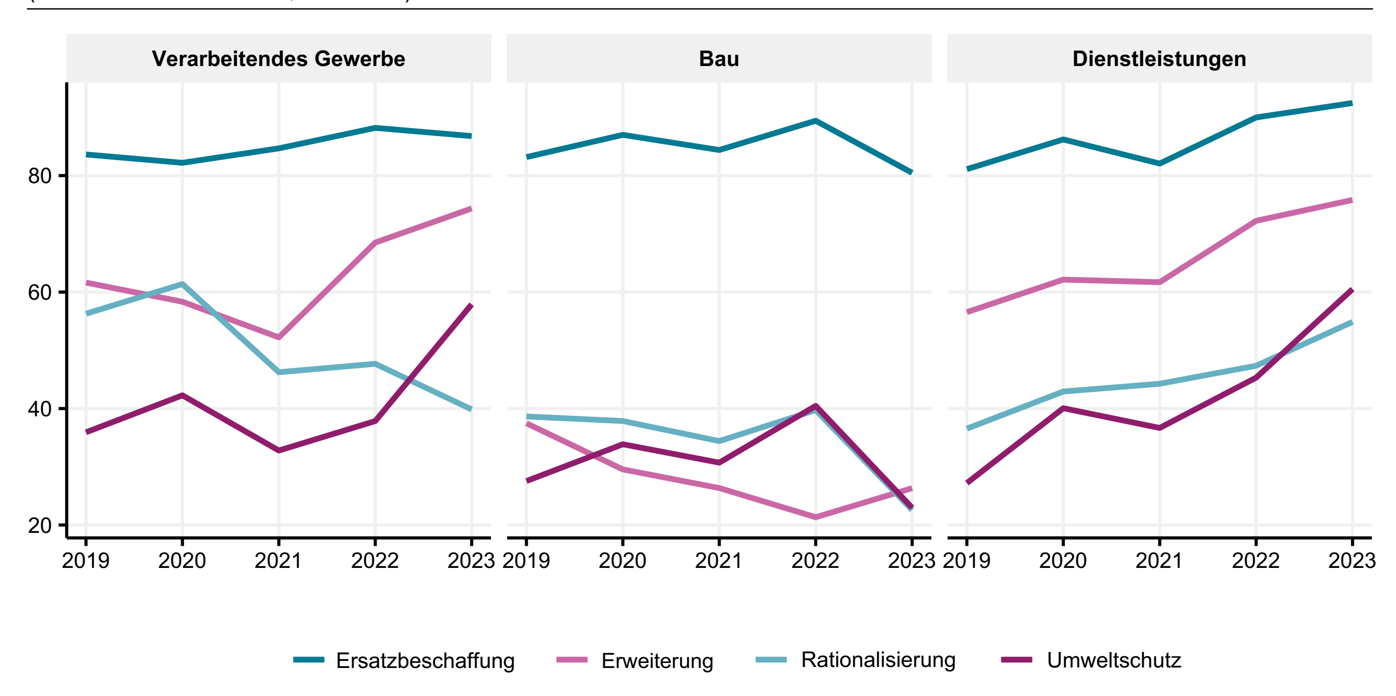
Im Vergleich zum Vorjahr drosseln vor allem die Industrie und der Bausektor ihr Investitionstempo. Nachdem die Unternehmen aus dem Verarbeitenden Gewerbe ihre Investitionen im Vorjahr um 8% erhöht haben, wollen sie sie im laufenden Jahr nur noch um 2% steigern. Die Firmen aus dem Baugewerbe planen sogar, ihre Investitionen im Jahr 2023 um 3% zu reduzieren, nachdem diese im Vorjahr um 3% gestiegen waren. Einzig im Dienstleistungssektor erweist sich das erwartete Investitionswachstum als robust. Dort sollen die Investitionen ähnlich wie im Vorjahr um rund 5% zunehmen.

Die geplanten Investitionsausgaben fliessen vorrangig in Neu- und Umbauten von Betriebs- und Geschäftsgebäuden. 44% der Teilnehmenden beabsichtigen, ihre Bauinvestitionen in diesem Jahr zu erhöhen (gegenüber 31% im

G 9: Einflussfaktoren der Investitionstätigkeit
(Urteil aktuelles Jahr, Saldo)



G 10: Investitionsziele
(Anteile der Unternehmen, in Prozent)



letzten Jahr gemäss der vorangegangenen Umfrage im Herbst 2021). Auch der Anteil derjenigen Firmen, die dieses Jahr in Forschung und Entwicklung investieren wollen, ist per saldo deutlich gestiegen. Im Vergleich dazu wollen mit 38% etwa gleich viele Firmen wie im Vorjahr ihre Investitionen in Ausrüstungen und Maschinen erhöhen.

Unsicherheit und finanzielle Engpässe lasten auf den Investitionsaussichten

Bei den für das Jahr 2023 erhobenen Investitionszahlen handelt es sich um Investitionspläne, deren Realisierung zum Zeitpunkt der Befragung noch nicht sicher war. Um die Präzision der aus den Plänen resultierenden Veränderungsraten zu bestimmen, wurden die Unternehmen nach der Realisierungssicherheit ihrer geplanten Investitionen befragt. Im Herbst 2022 bewerteten knapp 12% der Unternehmen ihre Investitionspläne für 2023 als unsicher. Das sind rund ein Drittel mehr als im Vorjahr und spiegelt ein Investitionsumfeld wider, das sich angesichts erhöhter geopolitischer Spannungen und eingetrübter globaler Wirtschaftsaussichten als herausfordernd erweist.

Die Umfrageergebnisse zeigen, dass sich insbesondere die verfügbaren finanziellen Mittel und die erwartete Ertragslage deutlich weniger positiv auf die Investitionspläne für 2023 auswirken als noch vor einem Jahr (siehe Grafik G 9). Knapp ein Fünftel der befragten Unternehmen gibt an, dass die zur Verfügung stehenden finanziellen Ressourcen die Investitionen in diesem Jahr leicht oder deutlich dämpfen werden. Im Herbst 2021 waren es nur 9.6% der Unternehmen. Diese Tendenz ist zwar in allen Sektoren zu beobachten, aber im Dienstleistungssektor ist sie am stärksten ausgeprägt.

Technischer Fortschritt stimuliert Investitionen in den Umweltschutz

Im Gegensatz dazu wirkt die technische Entwicklung nach Ansicht der Umfrageteilnehmenden im laufenden Jahr stimulierend auf die Investitionen. Im Vergleich zum Vorjahr ist ihre Bedeutung als Einflussfaktor per saldo von 49.7 Punkten auf 57.5 Punkte gestiegen. Dieser Anstieg ist in erster Linie auf das Verarbeitende Gewerbe zurückzuführen (siehe Grafik G 9). In der vorangegangenen

Umfrage gaben rund 46% der befragten Industriefirmen an, dass ihre Investitionspläne positiv durch die Technologie beeinflusst werden. Für das Jahr 2023 erwarten dies 58% der Teilnehmenden aus dem Verarbeitenden Gewerbe. Die technische Entwicklung löst damit die Nachfrageerwartung als wichtigste Triebfeder für die Investitionserwartungen in der Industrie ab. Diese Entwicklung geht einher mit einem starken Anstieg des Anteils der Unternehmen, die ihr bestehendes Produktprogramm an den neuen Stand der Technik anpassen und weniger neue Produkte ins Sortiment aufnehmen wollen.

Nach wie vor ist das wichtigste Investitionsziel der Ersatz bestehender Anlagegüter. Gleichzeitig haben Investitionen für den Umweltschutz oder die Erfüllung gewerberechtlicher Auflagen stark an Bedeutung gewonnen (siehe Grafik G 10). 57% der befragten Unternehmen geben an, dass sie in diesem Jahr Investitionen zu diesem Zweck tätigen wollen. Im Herbst 2021 war dies bei 45% der Unternehmen der Fall. Ebenso hat die Bedeutung von Investitionen, die der Erweiterung der Produktion und Leistungserbringung dienen, leicht zugenommen. 72% der Unternehmen wollen dieses Jahr ihre betriebliche Kapazität erweitern (gegenüber 69% im Herbst 2021).

Ansprechpartner
Pascal Seiler | seiler@kof.ethz.ch



Die konjunkturelle Entwicklung wird durch die Investitionstätigkeit der Unternehmen stark beeinflusst. Aus diesem Grund führt die KOF Konjunkturforschungsstelle der ETH Zürich jeweils im Frühling und im Herbst eine Umfrage bei inländischen Unternehmen durch. Die halbjährliche Umfrage im Herbst 2022 wurde vom 26. September bis 24. Dezember 2022 durchgeführt. Von den 5826 angeschriebenen Unternehmen haben 2398 geantwortet, was einer Rücklaufquote von 41% entspricht.

KOF Konjunkturumfragen: Die Rezessionsgefahr für diesen Winter schwindet

Der KOF Geschäftslageindikator für die Schweizer Privatwirtschaft, der aus den KOF Konjunkturumfragen berechnet wird, steigt im Januar deutlich (siehe Grafik G 11). Während sich die Geschäftslage der Unternehmen im Herbst eingetrübt hatte, ist im Januar eine klar positive Tendenz sichtbar. Auch die Geschäftserwartungen bezüglich der kommenden Monate sind zuversichtlicher als bisher.

Die Geschäftslage verbessert sich im Januar auf breiter Front, teilweise sogar kräftig. Besonders ausgeprägt ist die Lageverbesserung im Vergleich zur vorherigen Umfrage im Grosshandel, im Gastgewerbe, im Verarbeitenden Gewerbe und bei den Finanz- und Versicherungsdienstleistern. Nicht ganz so stark, aber dennoch deutlich ist die Aufhellung bei den übrigen Dienstleistern, im Detailhandel, im Baugewerbe und im Projektierungsbereich. Ähnlich weitverbreitet hellen sich die Geschäftserwartungen für die nächste Zeit auf. Hier zieht einzig das Baugewerbe nicht mit. Ansonsten steigt die Zuversicht in allen Wirtschaftsbereichen (siehe Tabelle T 1).

Preisauftrieb nimmt leicht ab

Die Absicht, die Preise zu erhöhen, ist bei den Schweizer Unternehmen nach wie vor stark ausgeprägt. Allerdings zeigen die Preisplanungen nicht mehr ganz so steil nach oben wie noch im Herbst. Die Entwicklung ist in den Wirtschaftsbereichen jedoch recht unterschiedlich. Weniger häufig als bisher planen Preisanhebungen etwa die Unternehmen des Grosshandels und des Verarbeitenden Gewerbes. Vermehrt Preiserhöhungen sehen dagegen das Baugewerbe und die übrigen Dienstleistungen vor. Im Detailhandel und im Gastgewerbe haben sich die Preisplanungen wenig verändert.

Seit dem Sommer vergangenen Jahres fragt die KOF die Unternehmen quartalsweise auch nach ihren Erwartungen bezüglich der zukünftigen Schweizer Konsumentenpreisinflation. Hier zeigen sich in den Ergebnissen ebenfalls Entspannungstendenzen. Hatten die Unternehmen im Herbst mit einer Inflationsrate von 3.7% in den dann kommenden zwölf Monaten gerechnet, gehen sie nun von einer Steigerung um 2.9% in den nächsten zwölf Monaten aus. Gefragt in Bezug auf den Zeithorizont fünf Jahre, geben die Unternehmen im Herbst eine Erwartung von 3% an. Inzwischen sehen die Befragungsteilnehmer die Inflationsrate in fünf Jahren bei etwa 2.6%.

T 1: KOF Geschäftslage Schweiz (Salden, saisonbereinigt)

	Jan 22	Feb 22	Mär 22	Apr 21	Mai 21	Jun 22	Jul 22	Aug 22	Sep 22	Okt 22	Nov 22	Dez 22	Jan 23
Privatwirtschaft (gesamt)	28.9	28.8	26.0	31.7	31.3	32.6	28.8	27.4	28.3	20.9	20.0	21.2	28.7
Verarbeitendes Gewerbe	29.9	30.5	29.6	28.0	27.7	34.6	28.9	21.6	21.3	16.9	13.1	16.1	25.4
Bau	41.4	43.6	42.5	41.8	41.0	40.7	41.4	40.5	42.7	43.7	43.9	47.7	50.2
Projektierung	57.1	59.1	57.5	56.6	56.6	52.5	50.2	54.3	57.8	51.4	48.0	52.6	54.5
Detailhandel	20.5	21.5	21.9	18.8	14.6	18.6	7.5	12.0	14.2	12.5	10.3	13.3	15.9
Grosshandel	54.2	-	-	55.5	-	-	49.5	-	-	40.3	-	-	53.1
Finanzdienste	50.4	46.6	25.0	38.5	37.1	34.4	28.6	28.4	33.9	21.6	22.8	23.3	32.2
Gastgewerbe	-22.7	-	-	9.4	-	-	32.0	-	-	17.9	-	-	28.5
Übrige Dienstleistungen	14.3	-	-	24.1	-	-	21.4	-	-	12.7	-	-	18.7

Antworten auf die Frage: Wir beurteilen unsere Geschäftslage als gut/befriedigend/schlecht. Der Saldowert ist der Prozentanteil «gut»-Antworten minus dem Prozentanteil «schlecht»-Antworten.

G11: KOF Geschäftslageindikator
(Saldo saisonbereinigt)



Im Verarbeitenden Gewerbe nehmen die Geschäfte wieder mehr Fahrt auf

Im Verarbeitenden Gewerbe erholt sich die Geschäftslage im Januar kräftig. Das Problem des Material- und Vorproduktemangels verliert deutlich an Schärfe. In allen Unterbranchen des Verarbeitenden Gewerbes nehmen die Klagen über diesen Mangel ab. Die Firmen erwarten zwar weiterhin kräftig anziehende Preise für ihre Einkäufe, den Gipfel der Preissteigerungen sehen sie aber zunächst einmal überschritten. Die gleiche Einschätzung haben sie bezüglich ihrer Verkaufspreise. Der Druck auf die Ertragslage nimmt nicht mehr weiter zu. Bezüglich der Nachfrageentwicklung in der nahen Zukunft sind die Unternehmen nicht mehr so skeptisch wie im Herbst des vergangenen Jahres.

Die Baukonjunktur ist trotz steigender Preise gut

In den beiden mit der Bautätigkeit verbundenen Bereichen Projektierung und Baugewerbe verbessert sich die Geschäftslage im Januar. Im Baugewerbe ist damit die Geschäftslage auch im längerfristigen Vergleich hervorragend. Die Ertragslage der Baufirmen stabilisiert sich zunehmend. Zudem wird die weitere Ertragsentwicklung von den Unternehmen weniger skeptisch als bis anhin eingeschätzt. Die Preise für ihre Leistungen wollen die Baufirmen noch häufiger anheben als bisher schon. Der Materialmangel ist nicht mehr so gravierend wie im Herbst oder Sommer des vergangenen Jahres. Insgesamt ist die Kapazitätsauslastung im Baugewerbe stark gestiegen. Die Auftragsbücher sind nach wie vor gut gefüllt und der Personalmangel wird als Problem immer drängender.

Die Geschäftslage verbessert sich sowohl im Gross- als auch im Detailhandel

Die Geschäftslage verbessert sich im Detailhandel den zweiten Monat in Folge. Sie ist damit zwar auch im mittelfristigen Vergleich gut, bleibt aber hinter der vom Jahresbeginn 2022 zurück. Insgesamt hat der Warenabsatz der Detailhändler jüngst angezogen und die Ertragslage entwickelt sich deutlich günstiger als zuvor. Obwohl die Detailhändler ihre Verkaufspreise in den nächsten drei Monaten ähnlich häufig anheben wollen wie bisher, erwarten sie vermehrt Zuwächse bei ihren Umsätzen. Besonders bei Lebensmitteln ist der Detailhandel optimistisch für die weitere Umsatzentwicklung. Im Grosshandel steigt der Geschäftslageindikator erstmals seit einem halben Jahr wieder. Zwar haben sich insgesamt im Grosshandel die Nachfrageerwartungen der Unternehmen kaum verändert. Das Problem der Lieferfähigkeit verliert aber deutlich an Brisanz.

Das Gastgewerbe startet trotz steigender Preise positiv ins neue Jahr
Nach einem Dämpfer im Herbst steigt der Geschäftslageindikator im Gastgewerbe im Januar wieder. Insbesondere im Beherbergungsbereich ist die Geschäftslage prächtig. Die Betriebe in den Berg- und Seegebieten konnten gegenüber denen in den grossen Städten wieder etwas aufschliessen. Der Zimmerbelegungsgrad bei den Hotels ist auch saisonbereinigt weiter gestiegen. Die ausländischen Gäste sorgen für beträchtliche Zuwächse. Die Reservationen für das laufende Quartal sind umfangreicher als zur gleichen Zeit des Vorjahres. Die Preise beabsichtigen die Betriebe fast unverändert häufig anzuheben. Dennoch sind die Befragungsteilnehmenden zuversichtlich, dass die Nachfrage nach ihren Leistungen weiter steigen wird.

Die Finanz- und Versicherungsdienstleister hoffen auf eine Wende bei der Ertragsentwicklung
Die Geschäftslage der Finanz- und Versicherungsdienstleister löst sich im Januar spürbar vom Jahresendtief im Dezember. Auch in den Erwartungen bezüglich der Geschäftsentwicklung in den kommenden sechs Monaten ist bei den Umfrageteilnehmenden deutlich mehr Zuversicht erkennbar als bisher. Die Ertragslage konnte stabilisiert werden und die Institute sehen in der nächsten Zeit die Chance, die Erträge steigern zu können. Die Banken rechnen vermehrt mit einer steigenden Nachfrage nach ihren Leistungen, insbesondere von Seiten der Firmenkunden. Erfolgsgarant für die Banken dürfte weiter das Zinsgeschäft sein, aber auch das Kommissionsgeschäft könnte sich nach Ansicht der Umfrageteilnehmenden wieder eher positiv entwickeln. Die Versicherungen melden eine gedämpfte Zunahme bei der Zahl neuer Policen. Aber sie hoffen, dass sich die Talfahrt bei ihren Nettokapitalrenditen deutlich verlangsamen wird.

Bei den übrigen Dienstleistungen verbessert sich die Geschäftslage
Nach einer schrittweisen Abkühlung der Geschäftslage im zweiten Halbjahr des vergangenen Jahres bessert sich zu Jahresbeginn 2023 die Geschäftslage im Wirtschaftsbereich übrige Dienstleistungen. Vornehmlich im Teilbereich Verkehr und Logistik hellt sich die Geschäftslage deutlich auf. Dagegen ist die Auslastung bei den Unternehmen der Information und Kommunikation und bei den wirtschaftlichen Dienstleistungen gesunken. Insgesamt nimmt bei den Dienstleistern die Unsicherheit über den weiteren Geschäftsverlauf geringfügig ab. Grosse Sorgen bereitet den Dienstleistern weiterhin der Arbeitskräftemangel, die Klagen über fehlende Fachkräfte haben weiter zugenommen.



In die Ergebnisse der KOF Konjunkturumfragen vom Januar 2023 sind die Antworten von etwa 4500 Unternehmen aus dem Verarbeitenden Gewerbe, dem Baugewerbe und den wichtigsten Dienstleistungsbereichen eingeflossen. Dies entspricht einer Rücklaufquote von etwa 59%.

Ansprechpartner
Klaus Abberger | abberger@kof.ethz.ch

Die detaillierten Ergebnisse der KOF Konjunkturumfragen (inklusive Tabellen und Grafiken) finden Sie auf unserer Webseite:
https://kof.ethz.ch/news-und-veranstaltungen/medien/medienmitteilungen.html

KOF INDIKATOREN

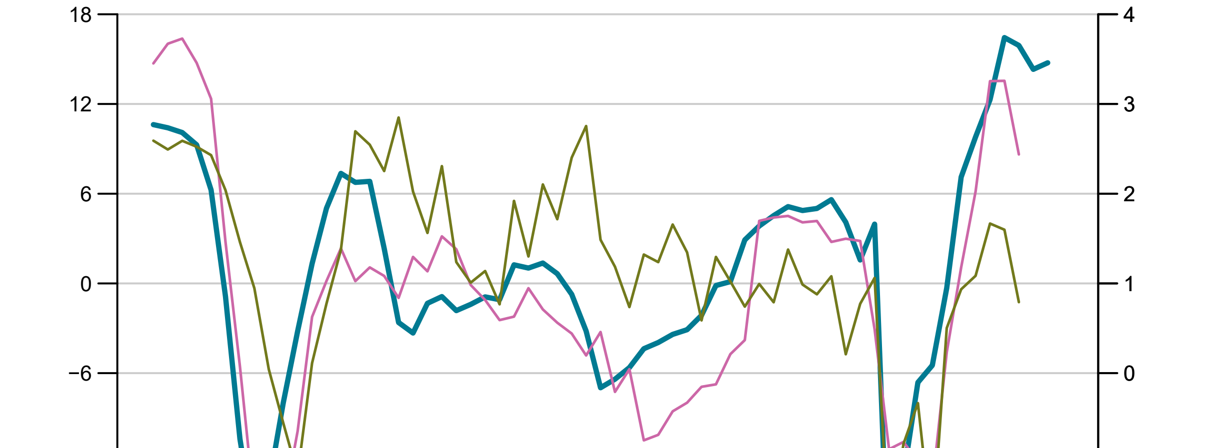
KOF Beschäftigungsindikator verharrt auf hohem Niveau

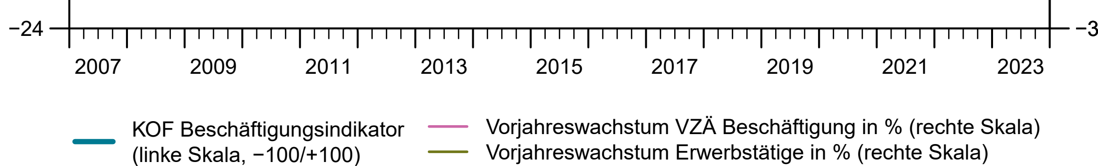
Nach einem leichten Rückgang des KOF Beschäftigungsindikators zum Jahresende 2022 verbessern sich nun vor allem die Beschäftigungsaussichten wieder (siehe Grafik G 12). Die Bereitschaft der Schweizer Unternehmen Stellen zu schaffen, ist trotz Konjunkturrisiken ungebrochen.

Im ersten Quartal 2023 liegt der KOF Beschäftigungsindikator bei 14.8 Punkten und damit leicht über dem Wert des vierten Quartals 2022 von 14.3 Punkten. Die Abnahme des KOF Beschäftigungsindikators setzt sich damit nicht fort. Insgesamt liegt der KOF Beschäftigungsindikator nach wie vor deutlich über dem langjährigen Mittelwert (siehe Tabelle T 2).

Der KOF Beschäftigungsindikator wird aus den vierteljährlichen Konjunkturumfragen der KOF berechnet. Die Auswertungen für das erste Quartal 2023 basieren auf den Antworten von etwa 4500 Unternehmen, die im Januar zu ihren Beschäftigungsplänen und -erwartungen befragt wurden. Die befragten Firmen beurteilen per saldo den gegenwärtigen Bestand an Beschäftigten deutlich als zu tief. Zudem gibt es deutlich mehr Firmen, welche die Zahl an Mitarbeitenden in den nächsten drei Monaten erhöhen möchten als Firmen, die einen Beschäftigungsabbau planen. Damit deutet der KOF Beschäftigungsindikator für das laufende und kommende Quartal weiterhin auf ein Beschäftigungswachstum auf dem Schweizer Arbeitsmarkt hin. Bestätigen sich die Erwartungen der befragten

G 12: KOF Beschäftigungsindikator, Beschäftigung und Erwerbstätige
(VZÄ Beschäftigung und Erwerbstätigenzahl gem. BFS)





T 2: Entwicklung des Indikators

Zeitraum	Aktueller Indikatorwert	Wert vor einem Quartal
1. Quartal 2021	-5.5	-5.6
2. Quartal 2021	-0.3	-0.3
3. Quartal 2021	7.1	7.2
4. Quartal 2021	9.8	9.7
1. Quartal 2022	12.3	12.1
2. Quartal 2022	16.4	16.6
3. Quartal 2022	15.9	16.0
4. Quartal 2022	14.3	**14.3**
1. Quartal 2023	**14.8**	

Unternehmen, ist im aktuellen Quartal keine weitere oder nur eine leichte Abnahme des Beschäftigungswachstums zu erwarten.

Der Beschäftigungsindikator deutet damit trotz der derzeitigen konjunkturellen Risiken im In- und Ausland nicht auf eine rasche Verschlechterung der guten Arbeitsmarktlage hin. Dass dieser Indikator ein guten Vorlaufindikator für die Arbeitsmarktentwicklung ist, zeigte sich auch im letzten Quartal 2022. Das tatsächlich beobachtete Beschäftigungswachstum für das vierte Quartal 2022 zeichnet die vom KOF Beschäftigungsindikator im November 2022 erwartete Abnahme ziemlich genau nach.

Beschäftigungsaussichten im Verarbeitenden Gewerbe erholen sich

Betrachtet man die Situation in den einzelnen Branchen, so blieben die Beschäftigungsaussichten auf hohem Niveau stabil oder stiegen sogar ein weiteres Mal leicht. Während sich der KOF Beschäftigungsindikator im Verarbeitenden Gewerbe im letzten Quartal 2022 verschlechtert hatte, nimmt er im aktuellen Quartal wieder zu. Anstiege bei den Werten des KOF Beschäftigungsindikators verzeichnen auch der Grosshandel und die Versicherungen, während die Aussichten im Gastgewerbe weit über dem langjährigen Mittelwert stabil bleiben. Die einzigen Branchen mit einer leichten Abnahme des KOF Beschäftigungsindikators sind die Banken und die übrigen Dienstleistungen.

Der KOF Beschäftigungsindikator wird aus den vierteljährlichen Konjunkturumfragen der KOF berechnet. Im Rahmen dieser Umfragen befragt die KOF die privatwirtschaftlichen Unternehmen in der Schweiz, wie sie ihren gegenwärtigen Bestand an Beschäftigten beurteilen und ob sie diesen in den nächsten drei Monaten verändern wollen. Ein positiver Wert des Indikators bedeutet, dass die Zahl der teilnehmenden Unternehmen, welche im Referenzquartal einen Stellenabbau ins Auge fassen, kleiner ist als die Zahl der Unternehmen, die einen Stellenaufbau anpeilen. In der Vergangenheit hat sich gezeigt, dass diese Einschätzungen die tatsächliche Arbeitsmarktentwicklung vorweg nehmen.

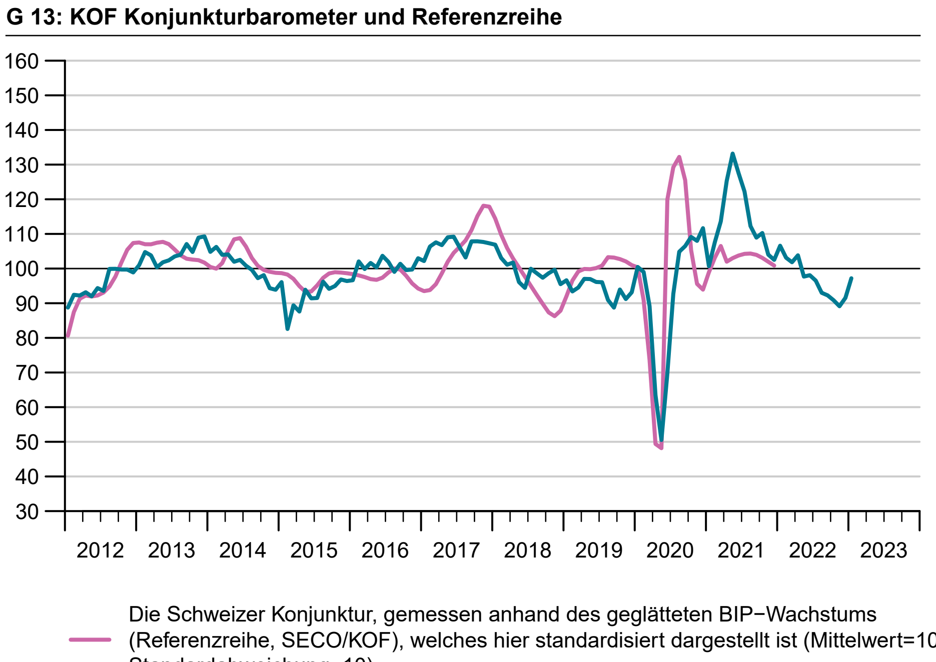
Hier finden Sie weitere Informationen zum Indikator und dessen Methodik sowie die Daten des Indikators zum Herunterladen:
www.kof.ethz.ch/prognosen-indikatoren/indikatoren/kof-beschaeftigungsindikator

Ansprechpartner
Justus Bamert | bamert@kof.ethz.ch

KOF Konjunkturbarometer: Wirtschaftliche Erholung in der Schweiz verstärkt sich

Das KOF Konjunkturbarometer steigt im Januar beschleunigt und bereits den zweiten Monat in Folge (siehe Grafik G 13). Es verbleibt allerdings dennoch unterhalb seines mittelfristigen Durchschnittswerts. Die Aussichten für die Schweizer Konjunktur sind aber zu Jahresbeginn deutlich weniger trüb als noch im Herbst vergangenen Jahres.

G 13: KOF Konjunkturbarometer und Referenzreihe



Die Schweizer Konjunktur, gemessen anhand des geglätteten BIP−Wachstums (Referenzreihe, SECO/KOF), welches hier standardisiert dargestellt ist (Mittelwert=100, Standardabweichung=10)

KOF Konjunkturbarometer (langfristiger Durchschnitt 2012−2021=100)

Das KOF Konjunkturbarometer legt im Januar um 5.7 Punkte auf einen Indexstand von 97.2 zu (von revidiert 91.5 im Dezember). Alle Indikatorenbündel tragen zur Besserung bei. Besonders günstig entwickeln sie sich für das Verarbeitende Gewerbe, das Gastgewerbe und die Dienstleistungen. Dennoch verfehlen die Bündel für das Verarbeitende Gewerbe und die Dienstleistungen ihren mittelfristigen Durchschnittswert. Dagegen schaffen die Indikatoren des Gastgewerbes den Sprung über den Durchschnittswert, die Perspektiven sind hier also nun überdurchschnittlich.

Im Produzierenden Gewerbe (Verarbeitendes Gewerbe und Baugewerbe) zeigt sich in allen Aspekten der Geschäftstätigkeit nun ein günstigeres oder zumindest unverändertes Bild. Besonders positiv entwickeln sich die Indikatoren für die weitere Nachfragesituation und die Produktion. Am anderen Ende der Variationsbreite sind es die Indikatoren für die Beschäftigungsentwicklung und die Wettbewerbssituation, die nicht nach oben ziehen. Sie bleiben gegenüber Vormonat praktisch unverändert.

Im Verarbeitenden Gewerbe tragen die Bereiche Holz- und Papierwaren, das sonstige Verarbeitende Gewerbe, der Maschinenbau, der Elektrobereich sowie die Chemie- und Pharmaindustrie den positiven Verlauf. In den anderen Teilbereichen des Verarbeitenden Gewerbes bewegen sich die Indikatoren kaum.

Ansprechpartner
Klaus Abberger | abberger@kof.ethz.ch

Mehr Informationen zur Interpretation des KOF Konjunkturbarometers finden Sie auf unserer Webseite:
http://www.kof.ethz.ch/prognosen-indikatoren/indikatoren/kof-konjunkturbarometer.html/

AGENDA

KOF Veranstaltungen

KOF Research Seminar:
www.kof.ethz.ch/news-und-veranstaltungen/event-calendar-page/kof-research-seminar →

KOF-ETH-UZH International Economic Policy Seminar:
www.kof.ethz.ch/news-und-veranstaltungen/event-calendar-page/kof-eth-uzh-seminar →

Konferenzen/Workshops

Sie finden aktuelle Konferenzen und Workshops unter folgendem Link:
www.kof.ethz.ch/news-und-veranstaltungen/event-calendar-page →

KOF Medienagenda

Hier finden Sie unsere medienrelevanten Termine:
www.kof.ethz.ch/news-und-veranstaltungen/medien/medienagenda →

KOF Publikationen

Bei uns auf der Webseite finden Sie die vollständige Liste aller KOF Publikationen (KOF Analysen, KOF Working Papers und KOF Studien).
www.kof.ethz.ch/publikationen →

Impressum

Herausgeberin	KOF Konjunkturforschungsstelle der ETH Zürich
Direktor	Prof. Dr. Jan-Egbert Sturm
Redaktion	Dr. Thomas Domjahn, Sina Freiermuth und Wanja Meier
Layout	Vera Degonda, Nicole Koch
Bilder	©Zbynek Burival/Unsplash (Titelbild und Seite 2) ©Maksim Kabakou - stock.adobe.com (Seite 11) ©KPs Photography - stock.adobe.com (Seite 14) ©industrieblick - stock.adobe.com (Seite 17)
Postadresse	LEE G 116, Leonhardstrasse 21, 8092 Zürich
Telefon	+41 44 632 42 39
E-Mail	bulletin@kof.ethz.ch
Website	www.kof.ethz.ch

Kundenservice

Das KOF Bulletin ist ein kostenloser Service und informiert Sie monatlich per E-Mail über das Neuste aus der Konjunktur, über unsere Forschung und über wichtige Veranstaltungen.

Anmelden: www.kof.ethz.ch/kof-bulletin →

Für frühere KOF Bulletins besuchen Sie unser Archiv:
www.kof.ethz.ch/news-und-veranstaltungen/news/kof-bulletin/kof-bulletin/archiv-2015-2010.ch →

Besuchen Sie uns unter: www.kof.ethz.ch →

Sie können über den KOF-Datenservice Zeitreihen aus unserer umfangreichen Datenbank beziehen:
www.kof.ethz.ch/datenservice →

Nächster Publikationstermin: 3. März 2023

KOF

ETH Zürich
KOF Konjunkturforschungsstelle
LEE G 116
Leonhardstrasse 21
8092 Zürich

Telefon +41 44 632 42 39
www.kof.ethz.ch
#KOFETH

